

**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**

(Survei Pada Pengguna Smartphone Di Kalangan Anak Muda)



SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh:

ANINDYA DEVIRA CAHYASARI

B100120046

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertangann tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**PENGARUH CITRA MEREK DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP
LOYALITAS PELANGGAN**
(Survei Pada Pengguna Smartphone Di Kalangan Anak Muda)

Yang ditulis oleh:

ANINDYA DEVIRA CAHYASARI

B100120046

Penandatanganan berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk
diterima

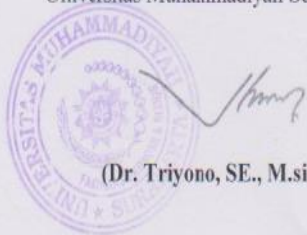
Surakarta, Agustus 2016



(Ihwan Susila, SE, M Si., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. Triyono, SE., M.si)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI

Jl. A. Yani Tromol Pos I Pabelan Kartasura Telp. (0271) 717417 Surakarta - 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : ANINDYA DEVIRA CAHYASARI
NIRM : 12.6.106.02016.500046
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH CITRA MEREK DAN KESESUIAN
HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN
Survei Pada Pengguna Smartphone Di Kalangan Anak
Muda)

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang semuanya telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 13 Agustus 2016

Yang membuat pernyataan,

Anindya Devira Cahyasari

MOTTO

“Sesuatu yang belum dikerjakan, seringkali tampak mustahil, kita baru yakin kalau kita telah berhasil melakukan dengan baik”

(Evelyn Underhill)

“Kebanggaan Kita Yang Terbesar Adalah Bukan Tidak Pernah Gagal, Tetapi Bangkit Kembali Setiap Kita Jatuh”

(Confusius)

“Musuh Yang Paling Berbahaya Di Atas Ini Adalah Penakut Dan Bimbang. Teman Yang Paling Setia Hanyalah Keberanian Dan Keyakinan Yang Teguh”

(Andrew Jackson)

PERSEMBAHAN

Bismillah, dengan memanjatkan puja dan puji syukur kepada Allah SWT. Peneliti mempersembahkan kepada yang spesial:

- ❖ Allah SWT, atas segala rahmat kemudahan dan kelancaran serta hidayah yang dicurahkan kepada peneliti, sehingga dengan tepat waktu skripsi ini dapat terselesaikan. Amin
- ❖ Kedua orang tua, mama dan papa yang selalu memberikan saya semangat dan suport dalam menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Terimakasih selalu mendoakan saya untuk semakin baik kedepannya dan serta cinta dan kasih sayang yang penuh kesabaran . Terimakasih banyak jasa kalian tidak akan pernah bisa terbalas.
- ❖ Adekku Ferdian Rifky yang selalu mendoakan dan memberikan semangat.
- ❖ Terimakasih untuk sahabat-sahabatku (Nadia, Rifky Putra, Bagas, Zakhiya, Kania, Dewi, Mayang, Febri) yang telah menyemangati dan mendengarkan keluh kesah dan membantu segala kesulitan dalam menyelesaikan tugas kuliah serta penyusunan skripsi ini.
- ❖ Almamater Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

ABSTRAK

Dalam menghadapi pemasaran yang semakin maju dalam bidang smartphone perusahaan harus berlomba-lomba dan bersaing secara sehat untuk selalu memproduksi smartphone dengan kelebihan-kelebihan didalam smartphone tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra merek dan kesesuaian harga terhadap loyalitas pelanggan dalam pembelian smarphone didalam kalangan anak muda. Penelitian ini diperoleh secara langsung ditempat penelitian menggunakan kuesioner dengan menggunakan data 150 responden dalam waktu dua minggu.

Hasil analisis berganda yaitu, $Y=0,755X_1+0,386X_2$. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel citra merek (0,755) dan diikuti dengan variabel kesesuaian harga (0,386). Hasil uji t membuktikan bahwa semua variabel (citra merek dan kesesuaian harga) berpengaruh positif terhadap variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan pembelian smartphone di kalangan anak muda. Data koefisien determinasi (adjusted R²) yang diperoleh sebesar 0,290. Hal ini berarti 29,0% Loyalitas Pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya yaitu 71,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : loyalitas pelanggan, citra merek, harga, kesesuaian harga, price fairness

ABSTRACT

In the face of an increasingly marketing forward in the field of smartphones the company should compete and compete healthily to always produce smartphone with these advantages in the smartphone. This research aims to analyze the effect of brand image and price compliance against customer loyalty in purchasing smarphone in young people. This study derives directly onsite research using questionnaires with data using the 150 respondents within two weeks.

The Multiple analysis results, $Y = 0,755X_1 + 0,386X_2$. The most influential independent variable toward dependent variable is the variable brand image (0.755) and followed by a variable compliance rates (0.386). T test results proved that all the variables (the brand image and the price fairness) a positive effect towards the dependent variable the smartphone purchase customer loyalty among young children. Determination of coefficient data (adjusted R²) obtained for 0.290. This means 29.0% customer loyalty can be explained by the independent variable, while the remaining 71.0% influenced by other variables not examined in this study.

Keyword: customer loyalty, brand image, price, price fairness

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH CITRA MEREK DAN KESESUAIAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Survei Pada Pengguna Smartphone Di Kalangan Anak Muda) pada akhirnya dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam rangka menyelesaikan program pendidikan strata satu pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak dapat terlepas dari bantuan dan kerja sama yang baik dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Bambang Setiaji, M.si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Dr. Triyono, SE., m.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta
3. Anton Agus Setiawan, SE., M Si selaku Kaprodi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Ihwan Susila, SE, M Si., Ph.D selaku dosen pembimbing dan memberi arahan kepada penulis.

5. Ibu Dra. Chuzaimah selaku Pembimbing Akademi yang telah membantu dan memberi arahan dalam mengambil keputusan mata kuliah maupun lainnya.
6. Bapak ibu dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah menuntun dan membimbing saat dibangku kuliah.
7. Papa Mama dan Adikku tersayang karena selalu memberikan dukungan dan semangat yang tiada hentinya sampai saat ini.
8. Saudara-saudara saya yang selalu mendoakan dan memberikan semangat saya.
9. Teman-teman seangkatan 2012 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sahabatku Nadia yang selalu menyemangati saya.
10. Seluruh responden yang telah membantu jalannya proses pembuatan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan peneliti berharap untuk saran dan masukan dari pembaca. Akhirnya semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak.

Wasalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 13 Agustus 2016

Penulis



(Anindya Devira Cahyasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
TABEL GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori	8
B. Penelitian Terdahulu	17
C. Model Penelitian	19
D. Hipotesis	20

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	22
B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	22
C. Sumber Data.....	26
D. Desain Pengambilan Sampel	26
E. Metode Pengumpulan Data	27
F. Metode Analisa Data.....	27

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian	31
B. Pembahasan.....	42

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	44
B. Keterbatasan Peneliti.....	44
C. Saran	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Usia Responden	31
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	31
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden	32
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	32
Tabel 4.5 Merek Smartphone	33
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Kuesioner Citra Merek	33
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Kuesioner Kesesuaian Harga.....	34
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Kuesioner Loyalitas Pelanggan	35
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Reabilitas	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi	38
Tabel 4.13 Hasil Uji F.....	40
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	41

TABEL GAMBAR

Tabel 2.1 Model Penelitian	17
----------------------------------	----